



Proposta de novo negócio on-line no segmento de acessórios para bicicletas.

Cristian Alberto Milbradt¹

Resumo: O presente trabalho foi planejado para implementação de um negócio novo. Tem como objetivo a implementação do negócio na prática em breve. A ideia principal é a importação de acessórios de ciclismo para a venda no Brasil. Esta ideia foi discutida em sala de aula no 5º semestre de Administração na Antonio Meneghetti Faculdade, por alunos do curso. A partir das discussões surgiu esta oportunidade de negócio. No trabalho será demonstrado como se pretende vender o produto desde o pedido do cliente até o fechamento da venda. Esta demonstração será realizada através da identificação das etapas com o mapeamento utilizando do Fluxograma, do Canvas e da análise do custo envolvido. Com esse estudo a ideia é apresentar a execução do passo a passo de forma mais simples, auxiliando na compreensão da utilização das etapas. Será utilizado como método da pesquisa as bibliográficas específicas da temática proposta com o embasamento nas organizações que procuram por metodologias de gestão de processos. O uso de recursos a partir de esquematizações visuais do Fluxograma e do Canvas, que são ferramentas relevantes para tomada de decisões dentro de todas as instituições.

Palavras-chave: Processos; negócio; ideia; Fluxograma; Canvas; Custo.

Proposal for a new online business in the bicycle accessories segment.

Abstract: The present work was planned for the implementation of a new business. It aims to implement the business in practice soon. The main idea is to import cycling accessories for sale in Brazil. This idea was discussed in the classroom in the 5th semester of Administration at Antonio Meneghetti Faculdade, by students of the course. From the discussions this business opportunity emerged. The work will demonstrate how the product is intended to be sold from the customer's order to the closing of the sale. This demonstration will be carried out through the identification of the steps with the mapping using the Flowchart, the Canvas and the analysis of the cost involved. With this study, the idea is to present the execution of the step by step in a simpler way, helping to understand the use of the steps. It will be used as a research method the specific bibliographic of the proposed theme with the foundation in the organizations that look for methodologies of process management. The use of resources from visual layouts of the Flowchart and Canvas, which are relevant tools for decision-making within all institutions.

Keywords: Processes; business; idea; Flowchart; Canvas; Cost.

Propuesta de nuevo negocio online en el segmento de accesorios para bicicletas.

Resumen: El presente trabajo fue planificado para la implementación de un nuevo negocio. Su objetivo es implementar el negocio en la práctica pronto. La idea principal es importar accesorios de ciclismo para la venta en Brasil. Esta idea fue discutida en el aula del 5º semestre de Administración en la Facultad Antonio Meneghetti, por alumnos

¹ Albertocristian14@hotmail.com

del curso. De las discusiones surgió esta oportunidad de negocio. El trabajo demostrará cómo se pretende vender el producto desde el pedido del cliente hasta el cierre de la venta. Esta demostración se realizará a través de la identificación de los pasos con el mapeo utilizando el Diagrama de Flujo, el Canvas y el análisis del costo involucrado. Con este estudio, la idea es presentar la ejecución del paso a paso de una manera más sencilla, ayudando a comprender el uso de los pasos. Se utilizará como método de investigación la bibliografía específica del tema propuesto con fundamento en las organizaciones que buscan metodologías de gestión por procesos. El uso de recursos de los diseños visuales del Diagrama de Flujo y el Lienzo, que son herramientas relevantes para la toma de decisiones dentro de todas las instituciones.

Palabras clave: Procesos; negocio; ocurrencia; diagrama de flujo; Lienzo; Costo.

1. Introdução

O Empreendedorismo é o comprometimento de pessoas e ideias, um processo que em conjunto, levam à transformação dessas ideias em oportunidades, e a perfeita soma dessas ideias e oportunidades leva à criação de mercados de sucesso. Assim a ênfase ao empreendedorismo surge muito mais como consequência das mudanças sociais e econômicas, e neste momento de crise econômica acentuada pelo covid-19 os estudantes poderiam adotar uma postura diferenciada, ou seja, uma postura empreendedora, isso poderia ser adotado por estudantes de todas as áreas e profissionais em geral.

Dados apontam que o número de empreendedores teve um crescimento na última década na faixa etária de 18 a 34 anos, conforme a revista Isto É (2017), passando de 50% para 57%. Isso mostra que pessoas jovens estão se inserindo no empreendedorismo.

Neste trabalho serão descritas as etapas de como montar uma loja virtual fictícia de acessórios de bicicletas, usando algumas ferramentas de administração como Canvas, Fluxograma, e Amostragem de custo. A ideia é demonstrar este passo a passo com o intuito de contribuir com os futuros empreendedores na tomada de decisão da criação de uma empresa.

Será uma loja de nome Iron Bike Shop que terá seu ramo de atuação na região central do Rio Grande do Sul, na Quarta Colônia, mais precisamente no Recanto Maestro, a ideia é, primeiramente, importar os produtos e vendê-los no formato online. Para isso será criado um site específico de vendas dos equipamentos de bicicleta.

A empresa também pretende oferecer uma experiência diferenciada com a possibilidade para quem pode vir até o Recanto Maestro, um local de atendimento físico. Entende-se que é relevante também oferecer este espaço físico, pois a região da quarta colônia abrange muitos amantes e praticantes do ciclismo especialmente na *bike speed* e

mountain bike. Para que essa ideia possa ser colocada em prática é preciso formalizar a empresa.

Como será feita a venda por meio virtual, para podermos vender e receber pedidos e emitir nota fiscal será necessário a formalização com a criação do CNPJ da empresa. Para isso precisamos levar em consideração 3 passos para conseguir o funcionamento e regularizada da empresa, os referidos passos são:

- Passo 1: Para poder emitir nota fiscal é necessário estar formalizado junto à Receita Federal. Essa formalização se dá a partir da emissão de um documento, o CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica). Trata-se de um registro que funciona para empresas da mesma forma que o CPF para pessoas físicas. Entretanto, existem diversas formas de obter esse cadastro. Se você for o único dono do negócio e o seu faturamento não ultrapassar os R\$81.000,00 anuais, pode optar por abrir uma MEI (Microempreendedor Individual), cujo tributo consiste em uma taxa fixa mensal.
- Passo 2: Cadastrar-se na Secretaria da Fazenda (SEFAZ), além da Receita Federal, também é necessário obter um registro junto à Secretaria da Fazenda. Esse processo pode ser realizado online em alguns Estados.
- Passo 3: Manter a Organização, uma vez seguidos os passos acima, você estará apto a emitir nota fiscal dos produtos que vender por meio da sua loja virtual. A organização traz uma segurança nas vendas e na conformidade da lei com os pagamentos de tributos e impostos da atividade.

2. Conceituação da ferramenta aplicada

Nesta seção serão descritas ferramentas de gestão para a busca da qualidade nas organizações. Estarão descritas de maneira clara e objetiva trazendo a teoria de cada técnica, proporcionando uma compreensão fácil e rápida.

Primeiro o Canvas, esse instrumento de análise que ajuda os empreendedores a visualizar seu negócio de modo mais simples e com isso podendo analisar as questões estratégicas. O Canvas tem como principal objetivo estruturar um modelo inovador de plano de negócios, trazendo praticidade e principalmente vivacidade na análise das organizações.

Já o fluxograma pode ser utilizado para mapear a execução operacional da loja virtual, ele serve para fazer a representação gráfica da sequência de atividades de um projeto,

sendo um resumo ilustrativo do fluxo das várias operações do processo e suas etapas. É fundamental sua gestão, tanto na elaboração como na análise e tomada de decisão.

Complementando as ferramentas com uma das mais importantes, o método de Custo, que todos os empreendedores deveriam utilizar para ter conhecimento de todos os gastos do seu produto e com isso conseguir vender e perceber se ele tem uma rentabilidade aceitável.

2.1 Importância da ferramenta para a gestão

As ferramentas de gestão são técnicas e modelos usados para aprimorar a metodologia e melhorar o desempenho da empresa, facilitando o trabalho administrativo e estratégico.

Ao utilizá-las, se ganha mais controle sobre a atividade e poderão tomar decisões certas para garantir os melhores resultados, do planejamento à execução. Para isso, existem vários métodos, estratégias e sistemas que ajudam a manter-se no caminho certo. Mas vale lembrar que são apenas meios para se chegar a um fim, que não funcionam sozinhos. Os operadores precisam dominá-los para extrair seu potencial máximo.

3. Operacionalização da ferramenta

Encontra-se nessa seção o planejamento operacional de desenvolvimento da loja etapa por etapa. O planejamento operacional é a etapa mais detalhada do planejamento como um todo, pois nessa etapa define-se de fato o que será realizado. A formalização de processos é muito importante para as empresas porque garante a melhor forma de executar um trabalho.

Sendo assim, é importante uniformizar os processos. Isso não significa engessá-los, mas sim apresentar a maneira que melhor contribui para trazer o resultado desejado. Assim, é possível gerar produtos ou serviços de alta qualidade gastando menos tempo e dinheiro.

3.1 *Business Model Canvas*

A Figura 1, exposta a seguir, detalha o desenvolvimento da ferramenta CANVAS para a realidade organizacional proposta neste relato.

Figura 1 – CANVAS do negócio

Rede de parceiros	Atividades chaves	Proposta de valor	Relacionamento com clientes	Segmento de clientes
Fornecedores e importadoras.	Marketing Vendas pelo site Loja virtual Mix de produtos.	Preços acessíveis e produtos de boa qualidade e custo-benefício.	Redes Sociais Site Telefone Atendimento Personalizado Pós-venda.	Ciclistas da região da Quarta Colônia Lojas especializadas desses produtos.
	Recursos Chaves		Canais de distribuição	
	Tecnologia Parceria de fornecedores Investimentos de Sócios		Site E-commerce da Loja virtual Instagram Facebook	
Estrutura de Custos			Fluxo de Receitas	
Tecnologia Marketing Custos de importação Distribuição			Vendas dos produtos Formas de pagamento flexíveis.	

Fonte: elaborado pelo autor.

3.1.1 Rede de Parceiros

É o tipo mais comum de parceria e visa garantir suprimentos confiáveis. Um lado fica com um fornecedor de qualidade e do outro, um comprador confirmado e recorrente, firmando parcerias locais e também no exterior com as empresas que serão os fornecedores das mercadorias para importação. A formação de parcerias é relevante e pode auxiliar na hora da compra dos produtos, proporcionando variedades e também descontos nos produtos.

3.1.2 Atividades Chaves

São as atividades que são necessárias para a realização da proposta de valor, neste caso são as estratégias de marketing, vendas pelo site, loja virtual e mix de produtos.

3.1.3 Proposta de Valor

O diferencial da loja virtual são preços acessíveis e produtos de boa qualidade e com custo-benefício.

3.1.4 Relacionamentos com Clientes

Tipos de relação que a empresa estabelece com parâmetro para utilizar nas relações com os clientes para alcançá-los e mantê-los. Na loja virtual serão utilizadas as redes sociais (Facebook, Instagram), site, telefone, atendimento personalizado e pós-venda.

3.1.5 Segmentos de Clientes

Nesta é demonstrado simplificada, o conjunto de clientes ou empresas para os quais são pretendidos vender seus produtos ou serviços. Com a crescente do ciclismo na região da Quarta Colônia a segmentação terá como pretensão a mesma por ter um grande envolvimento tanto dos ciclistas como das lojas especializadas.

3.1.6 Recursos Chaves

Os recursos chaves serão as parcerias com fornecedores, o manuseio correto da tecnologia e investimento próprios dos sócios em questão.

3.1.7 Canais de Distribuição

Durante a divulgação de uma marca ou produto, o objetivo destes canais é levar o conhecimento dos acessórios de bicicleta ou da marca para o cliente. Serão manuseados o site, o e-commerce da loja virtual, Instagram e Facebook.

3.1.8 Estrutura de Custos

Aqui são todos os custos envolvidos em geral os fixos e variáveis, em geral terão como fixos os gastos em tecnologia, e marketing e variáveis os de importação e distribuição com algumas particularidades de variação como cambial na importação e na distribuição.

3.1.9 Fluxo de Receitas

O fluxo de receitas tem como a renda da organização e no que tange da loja em questão se realizarão através da venda dos produtos.

3.2 Fluxograma

O fluxograma de processos é uma representação gráfica que descreve os passos e etapas sequenciais de um determinado processo. Além disso, esta ferramenta pode ser utilizada para abordar os processos de qualquer organização. A seguir será exposto uma ordem cronológica das atividades e logo após o fluxograma graficamente elaborado.

3.2.1. Pré-Venda (Divulgação e Apresentação)

Nesta etapa serão apresentadas as atividades de marketing e também o atendimento em questão quando um o cliente chegará até a loja virtual, site e em contato pessoal com os proprietários. As ações do marketing serão distribuídas em vários meios, principalmente nas mídias sociais como: Facebook, Instagram, site próprio. A forma atendimento no modo online é simplificada o conceito de sistema puxado, quando um cliente faz compra de um produto, o fornecedor recebe um pedido e dispara um Kanban para venda (aviso para que a empresa possa produzir a venda).

3.2.2 Cadastro do Cliente

Nesta etapa, será criado um cadastro para os clientes. No seguinte, realizar-se-á uma verificação de possível cadastramento e, na hipótese de o cliente ainda não estar dentre os cadastrados, este passará por uma avaliação. Após análise minuciosa dos dados, se concluída com sucesso, avança-se para a próxima fase que é a recepção do pedido.

3.2.3 Recepção do Pedido

O recebimento dos pedidos abrange as várias tarefas realizadas antes do atendimento deles, sendo elas:

- Verificar a exatidão das informações contidas, como descrição, quantidade e preços dos itens;
- Conferir a disponibilidade dos itens encomendados;
- Preparar documentação de pedidos em carteira ou de cancelamento, quando necessária.

3.2.4 Formas de Pagamento

O cliente poderá escolher a melhor forma de pagamento para si. Pretende-se disponibilizar o boleto a vista, pagamento por cartão de crédito ou débito e também parcelar

em até 5 vezes, dependendo do valor das parcelas, nesse último caso com juros adicionados, também atualmente tem a forma de recebimento pelo pix (meio de pagamento eletrônico instantâneo, de baixo custo e com segurança, do Brasil. A iniciação de um PIX para uma pessoa física é gratuita).

3.2.5 Aprovação do Pagamento

Com a aprovação do cliente e a escolha da forma de pagamento, o pedido é analisado com todas as informações do cliente e passa pela avaliação. Nada constando contra a efetivação da compra, será efetivada a venda do(s) produto(s).

3.2.6 Conclusão do Pedido

O consumidor confirma seu pedido por meio do site que é comprar os acessórios de sua escolha e após é emitida a nota fiscal no nome do remetente.

3.2.7 Preparação do Pedido

O consumidor confirma seu pedido por meio do site que é comprar os acessórios de sua escolha e após é emitida a nota fiscal no nome do remetente.

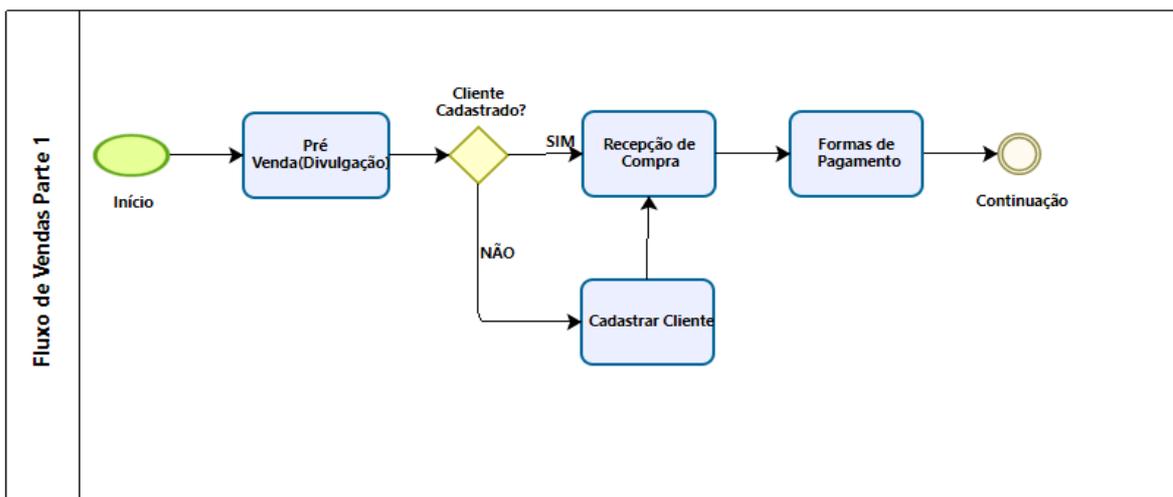
3.2.8 Entrega do Produto

Após a preparação do pedido, inicia a última etapa da atividade, a entrega do produto. O mesmo será enviado com um meio próprio de entrega ou a retirada in loco.

3.2.9 Pós-venda

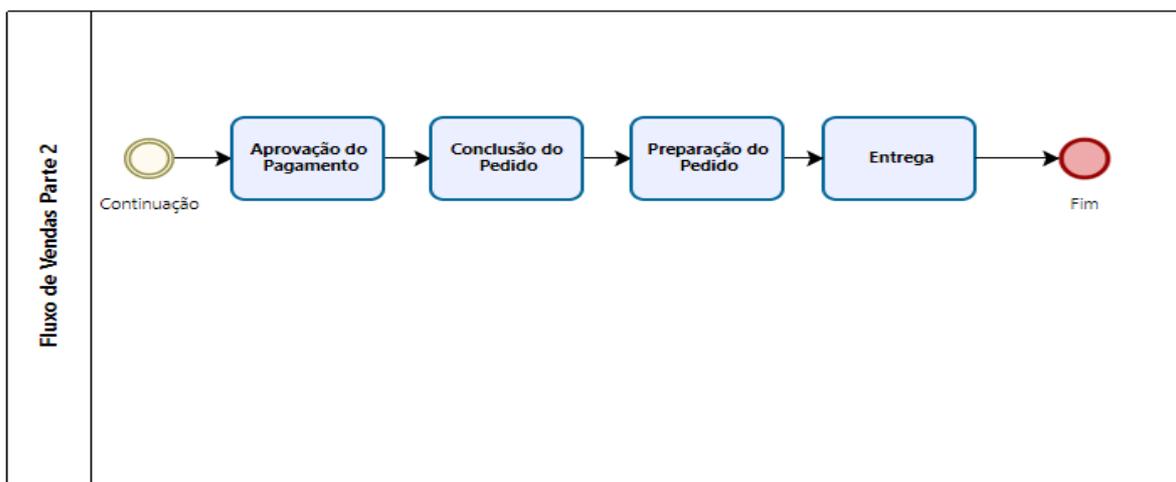
Após a venda dos produtos, o cliente será contactado para descrever um feedback de satisfação com o produto e/ou o serviço de atendimento. Os feedbacks serão registrados a fim de estabelecer melhorias e fidelização dos consumidores com a empresa. Será utilizado o meio telefônico, redes sociais e interações no próprio site.

Figura 1 - Fluxograma de toda atividade.



Fonte: elaborada pelo autor.

Figura 2 - (Continuação) Fluxograma de toda atividade.



Fonte: elaborada pelo autor.

3.3 Amostragem de Custo

Nesta seção, constam os custos da operação desde a importação até a chegada dos produtos no Recanto Maestro, e o preço estimado de venda em questão.

Primeiramente, menciona-se o fato de que serão importados alguns produtos para teste e análise da qualidade em questão. Os capacetes serão importados via modal área para serem testados e, futuramente, importados numa quantidade maior. Neste caso, é possível que seja via modal marítimo, com isso será um custo diferente e, posteriormente, uma outra base de cálculo.

Abaixo, será exposto uma tabela com os custos envolvidos de um Capacete Ciclismo Cairbull Bike sendo importado da China via modal área.

Quadro 1 – Custos do negócio

Custos Envolvidos	
Descrição	Valor
Capacete Ciclismo Cairbull Bike	R\$ 87,44
Frete	R\$ 26,57
Imposto de Importação	R\$ 17,45
ICMS	R\$ 14,86
Total:	R\$ 146,32

Fonte: elaborado pelo autor.

O preço em questão Capacete Ciclismo Cairbull Bike será vendido com uma margem de 25% acima do preço calculado desde o valor do produto agregando os valores de taxas será de **R\$182,90**. Nos sites em que se vende o mesmo produto no país os valores são maiores. A Figura 3, a seguir, demonstra as imagens ilustrativas de alguns acessórios que serão comercializados na loja virtual.

Figura 3 - Produtos do negócio



Fonte: Aliexpress.

Os exemplos de produtos apresentados são ilustrativos, para que seja possível a visualização de alguns acessórios que serão comercializados na loja virtual. Importante ressaltar que cada compra passa por um processo de análise conforme já mencionado anteriormente.

4. Principais resultados para o negócio

Neste trabalho, levantou-se apontamento de como um novo negócio como uma loja virtual de acessórios de bicicleta deverá funcionar, ou como deve ser tratado cada situação e procedimentos de modo organizacional da empresa.

Demonstrou-se que o fluxograma pode levar a um resultado satisfatório como a criação de normas padrão para a execução dos processos operacionais da empresa, facilitando a consulta em caso de dúvidas sobre a atividade e identificando se os resultados e os custos que foram mostrados têm eficiência no sistema produtivo da loja virtual. Verificou-se que o produto pode ter seu desempenho acompanhado periodicamente, para garantir que a organização alcance os resultados esperados estabelecendo indicadores-chave de performance que ajudem a verificar a saúde do processo.

Uma gestão de custos eficiente é essencial para manter o bom funcionamento da atividade, torná-lo mais competitivo, evitar prejuízos financeiros e materiais e permitir um crescimento sustentável da organização.

Por isso justifica-se a utilização do Canvas, em função de seus benefícios, visto que ele é prático e consegue mostrar de forma visual toda complexidade do negócio. Ele se encaixa em qualquer modelo de gestão por descrever o caminho pelo qual a organização irá percorrer para chegar ao seu destino, os objetivos globais, mostrando a lógica de como uma organização pretende gerar valor. E o mais importante, ele ajuda a inovar, possibilitando o debate e criando entendimento entre os membros.

Juntando essas três ferramentas, percebe-se que elas conseguem auxiliar para definir as estruturas para analisar as possibilidades de projeção para o negócio funcionar de maneira sustentável e rentável, sempre visando aperfeiçoar a atividade da empresa.

5. Referências

ALIEXPRESS, 2021. **Segmento produtos esportivos**. Disponível em: <https://best.aliexpress.com/?lan=en>. Acesso em: 27 de maio 2021.

ANDRADE, G. E. V. et al Análise da aplicação conjunta das técnicas SIPOC, Fluxograma e FTA e uma empresa de médio porte In: **ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO**. 32., 2012, Bento Gonçalves Disponível em: <http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2012_TN_WIC_157_920_20681.pdf>. Acesso em: 03 de julho de 2021.

CAMPOS, R. A.; LIMA, S. M. P. de. **Mapeamento dos processos**: importância para organizações. Disponível em: Acesso em: 27 de julho de 2021.

CANVAS de Proposta de Valor: passo a passo para criar o sua Empresa JR, 2020. Disponível em: <https://empresajrespm.com.br/canvas-de-proposta-de-valor-passo-a-passo-para-criar-o-seu/>. Acesso em: 29 de maio de 2021.

CHIAVENATO, I. **Introdução à Teoria Geral da Administração** - Uma Visão Abrangente da Moderna Administração das Organizações.

KAWASAKI, G. **A arte do Começo**: O guia Definitivo para iniciar um projeto. 2004.

MARTINS, A. C. M. Mapeamento dos processos de apoio dos projetos da Marcenaria Cerezer. 2020. 85 p. **Trabalho de Conclusão de Curso** (Bacharelado em Administração) – Curso de Administração da Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2020.

Nove passos para sua empresa importar produtos, SEBRAE, 2017, atualizado 2021. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/artigos/home/nove-passos-para-sua-empresa-importar-produtos>. Acesso em: 29 de maio de 2021.

VALENCIANO, S. **Conceitos De Empreendedorismo**, São Paulo, 2005. Disponível em: http://faef.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/CvfACUcZOtmMWBx_2013-4-26-12-25-36.pdf . Acesso em: 20 de maio. de 2021.